

# ¿POR QUÉ LA DERECHA ESTÁ GANANDO LA BATALLA DE LA MÚSICA POPULAR? POP, POLÍTICA Y LA IMPORTANCIA DEL LAZO SOCIAL

Víctor Lenore

## AUTOR/AUTHOR:

Víctor Lenore

## ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL/PROFESSIONAL AFFILIATION:

Periodista musical

## TÍTULO/TITLE:

¿Por qué la derecha está ganando la batalla de la música popular? Pop, política y la importancia del lazo social

*Why is the Right winning the battle of popular music? Pop, politics and the importance of the social bond*

## CORREO-E/E-MAIL:

lenore@ladinamo.org

## RESUMEN/ABSTRACT:

El autor defiende cómo, desde comienzos de los setenta, la música popular ha sufrido una clara dominación de las letras elitistas, crecientemente anglófilas. Tendencia esta que empieza a remitir con el surgimiento del 15-M, en 2011, cuando la música popular comienza a repolitizarse animada por la explosión social. No se trata de un proceso específico de la música, sino un simple reflejo de la larga hegemonía neoliberal comenzada por Ronald Reagan en Estados Unidos, Margaret Thatcher en el Reino Unido y Felipe González en España.

*The author explains how, since the beginning of the seventies, popular music has been clearly dominated by elitist lyrics, increasingly anglophile. This tendency started to fade with the emergence of the 15-M movement in 2011, when popular music started to re-politicize itself, encouraged by the social explosion. This is not a process that is specific to music, but a simple reflection of the long neoliberal hegemony started by Ronald Reagan in the USA, Margaret Thatcher in the UK and Felipe González in Spain.*

## PALABRAS CLAVE / KEYWORDS:

Política; música popular; oligarquía; pop.

*Politics; popular music; oligarchy; pop.*

Vamos a hablar de «música». Vamos a hablar de «política». Vamos a hablar de las dos cosas juntas. ¿Cuáles son las primeras imágenes que se nos vienen a la cabeza? Woody Guthrie y su guitarra, con el famoso lema «esta máquina mata fascistas». Chuck D, líder de los raperos Public Enemy, poniendo cara de malo entre las rejas de la portada de *It Takes a Nation Of Millions To Hold Us Back* (1987). The Clash luciendo chic militar en la sesión de fotos del triple álbum *Sandinista!* (1980). Rage Against The Machine grabando un vídeoclip anticapitalista con Michael Moore en las escaleras de la Bolsa de Nueva York. Billie Holiday o Nina Simone cantando «Strange Fruit» (1939), sobre la macabra costumbre sureña de colgar negros en los árboles, mucho después de que se aboliera la esclavitud en Estados Unidos. Que este sea nuestro imaginario de la música política es un triunfo arrollador de la derecha. Nos han convencido de que el noventa y nueve por ciento de las canciones que se graban son apolíticas, ni de izquierdas ni de derechas, normales y corrientes, como tienen que ser. Este enfoque nos hace reducir la potencia política de la música al estrechísimo concepto de canción protesta. Y nos hace pensar que estar contra el capitalismo es algo minoritario, excéntrico, anormal. Quien mejor ha explicado este truco triste y brutalmente eficaz es el artista plástico y activista malagueño Rogelio López Cuenca: «se tiende a interpretar el arte o artista político con referencia al modelo *engagé*, comprometido, pero esas etiquetas califican más al que las pone que a lo etiquetado, que lo que está intentando es quedarse fuera él mismo de la foto, cuando no hay arte que no sea político, desde las películas de ‘entretenimiento’ como las de Disney o las de Rambo, al cabezón de la inocente nieta, pobrecita, de Antonio López en la estación de Atocha de Madrid. El arte político no necesariamente tiene que ser crítico con el establishment; al contrario, la mayoría lo sirve, y encantado. Lo que hay que distinguir es si ese papel político lo cumple en un sentido u otro, si reafirma o cuestiona no sólo el orden social sino los propios códigos y los canales que utiliza».

¿No pensamos, por ejemplo, en Raphael como en un artista político? Su canción «Digan lo que digan», publicada en plena explosión de las revueltas igualitarias de 1968, es una defensa cerrada del sistema capitalista en general y de la dictadura franquista en particular, con guiño a la religión católica: «Más dicha que dolor hay en el mundo/ más flores en la tierra que rocas en el mar/ hay mucho más azul que nubes negras/ y es mucha más la luz que la oscuridad/ Digan lo que digan, digan lo que digan/ digan lo que digan los demás / Son muchos, muchos más los que perdonan/ que aquellos que pretenden a todo condenar/ la gente quiere paz y se enamora/ y adora lo que es bello, nada más/ hay mucho, mucho más amor que odio / más besos y caricias que mala voluntad/ los hombres tienen fe en la otra vida y luchan por el bien, no por el mal». No es una interpretación extrema, sino que está refrendada por la cercanía del artista al régimen, desde sus actuaciones en galas benéficas de Carmen Polo hasta el célebre mitin del PP en 1996 donde el cantante proclamó que «espero que algún día la Historia haga justicia con Franco». ¿No es política, por ejemplo, la elección de Miami como ciudad de residencia de la mayoría de los superventas latinos, desde Julio Iglesias a Alejandro Sanz, pasando por Gloria Estefan? El periodista cultural Carlos Prieto lo explica con humor cáustico, recordando un concierto de homenaje a Lola Flores celebrado en 1990 en la capital de Florida, con objeto de echarle una manita tras una dolorosa inspección de la Hacienda

española: «El James L. Knight Center de Miami, popularmente conocido como El Gusanódromo, es una espectacular infraestructura con capacidad para más de cinco mil oligarcas. Esta noche abrió sus puertas para, en sabias palabras del locutor José Luis Uribarri, «ver juntos por primera vez a las más grandes figuras de la música ligera de habla hispana». Entre otros, Celia Cruz, José Luis Perales, Raphael, Rocío Jurado y Julio Iglesias (estos tres últimos especialmente perjudicados, superando con creces los niveles de desvarío e intoxicación a los que nos tienen acostumbrados). El acto se convirtió en la mayor concentración conocida hasta hoy de evasores de capitales de habla hispana dentro y fuera del escenario. El espíritu de este evento pionero sigue vivo en ceremonias políticas como los Grammy Latinos». Por cierto, estos últimos premios acabaron mencionados en 2009 en el sumario de la trama Gürtel por intentar estafar diez millones a la Generalitat Valenciana.

¿Cuál es el último gran debate político-musical con enjundia que hemos tenido en España? Sin duda la decisión de Podemos de usar «L'estaca» (Lluís Llach) como cierre de su asamblea fundacional en el palacio de Vistalegre de Madrid en 2014. ¿Cómo es posible que un partido que presumía de traer «la nueva política» se decidiera por una canción tan antigua? La respuesta es más sencilla de lo que parece. Podemos necesitaba una canción que transmitiese optimismo y fraternidad. Algo cuyo estribillo pudiesen corear la mayoría de sus simpatizantes. Un himno que recogiese las demandas de igualdad y democracia no satisfechas durante la Transición. Con estas coordenadas, se borraban de un plumazo todos los años ochenta y noventa, totalmente dominados por la euforia posmoderna y consumista tipo «Quiero ser un bote de Colón» (Alaska y Pegamoides) o por el esnobismo militante de la generación *indie* de los noventa, perdida en narcisismos anglófilos y toxicosmos varios. Por supuesto, se podría haber recurrido al llamado Rock Radikal Vasco o grupos combativos del estilo Habeas Corpus, pero resultaban demasiado *underground* como para llegar a audiencias masivas. Por eso tuvieron que tirar por «L'estaca», una de las piezas que supo poner de acuerdo a los dos grandes grupos de oposición antifranquista, los estudiantes y los sindicatos obreros. «La conocen incluso los militantes que vienen de Juventud Sin Futuro, por muy *hipster* que sean, porque la mayoría han crecido en familias politizadas. En cambio, cuando Juan Carlos Monedero, número tres del partido, canta «El puente de los franceses» no estoy seguro de cuánta gente la conocerá. Imagino que poca. Eso es irse demasiado atrás», señala el sociólogo Isidro López, hoy diputado de la Comunidad de Madrid por la formación morada. ¿Conclusión? Desde comienzos de los setenta hasta el 15 de mayo de 2011, donde la música popular comienza a repolitizarse animada por la explosión social, hemos sufrido una clara dominación de las letras ombiguistas, elitistas, crecientemente anglófilas, que ahora empieza a remitir. No se trata de un proceso específico de la música, sino un simple reflejo de la larga hegemonía neoliberal comenzada por Ronald Reagan en Estados Unidos, Margaret Thatcher en el Reino Unido y Felipe González en España. Hablamos de un rodillo individualista que pulverizó progresivamente los sindicatos, la sanidad universal y la educación pública para imponer los colegios elitistas, chalés adosados de presunto alto *standing* (nuestra famosa burbuja inmobiliaria) y seguros médicos de pago. Resumiendo: la música como documento de la ruptura del lazo social. Recordemos canciones como «No mires a los ojos de gente»

de Golpes Bajos, «Autosuficiencia» de Parálisis Permanente y «Pero qué público más tonto tengo» de Kaka de Luxe, auténticas apologías de la sociofobia que se nos venía encima.

¿Necesita Podemos un himno? ¿Hizo ganar votos la rumba de Ada Colau en Barcelona en Común? ¿Se enteró alguien de qué Ahora Madrid publicó una canción «multiculti», de aires jamaicanos? Parece un poco ridículo confiar en la capacidad de una canción hecha de prisa y por encargo para influir en la realidad política. Lo que sí parece claro es lo contrario: que el sistema vomita diariamente decenas de himnos que refuerzan los valores dominantes. La mayoría de las canciones populares actuales son difícilmente distinguibles de la publicidad pura y dura. De hecho, una vuelta rápida por festivales de prestigio cultural como el Sónar, Primavera Sound o Benicàssim confirma el nivel de integración de ambas industrias (la publicitaria y la musical). Entre que un espectador franquea la entrada de cualquiera de estos «eventos» –con abonos alrededor de 200 euros– y llega al primer escenario es normal encontrarse al menos cinco campañas publicitarias de marcas como *Mini*, *Movistar*, *Rayban*, *Red Bull* y *San Miguel* (en cuyos *spots* muy probablemente suenen muchos de los grupos que conforman el cartel). Manolo Martínez, cantante del grupo de culto Astrud, tiene la perspectiva extra de haber trabajado como ejecutivo de mercadotecnia para varias corporaciones internacionales. Así explica la política de alianzas con la escena musical *cool*: «Se me ocurren pocas cosas con mayor simbolismo prosistema que tocar en la junta de accionistas de Iberdrola (caso del grupo Marlango), pero creo que salir en un anuncio del Banco de Sabadell es todavía peor (caso de David Carabén, cantante de la banda *indie* Mishima). ¿Habría alguien más chungo que un banquero? ¿Por qué vas a hacerle el juego para que parezca que lo que has hecho tú (tus canciones, tus ideas, buenas o malas) de alguna manera les pertenece y forma parte de lo que su banco representa? Espero que a los artistas que participaron realmente les haga mucha falta la pasta. Veo un subterfugio muy común y curioso que consiste en que los artistas que se prestan a este tipo de juegos siempre dicen que lo malo es lo que hacen los demás. Se excusan respondiendo que lo realmente censurable es tocar para grandes farmacéuticas o para fabricantes de armas». En realidad, se trata de tatuar la lógica empresarial en nuestra mente de manera cotidiana: «Las marcas ahora apuestan por formatos más sutiles y sencillos de justificar, tipo *Movistar Creative Lab* o cosas por el estilo. Lo de montar conciertos en la junta de accionistas de Iberdrola me hace gracia porque es demasiado explícito. ¿Qué será lo siguiente? ¿Un concierto a beneficio de Lex Luthor? Quizá peor que lo de Iberdrola es poner un logo corporativo en un concierto normal, donde tocas delante de tus seguidores de verdad, los que pagan por verte. Ahí estás mandando un mensaje reaccionario a un público joven que está en edad de decidir su posición social y política. Hace menos daño tocar directamente para el señor Scrooge», argumenta Martínez.

Otro problema cada vez más frecuente son los «falsos amigos» de los valores igualitarios. El ejemplo más claro, aunque muchos no estarán de acuerdo, es el giro reaccionario de Leonard Cohen. El cantautor canadiense es autor de varias canciones memorables, algunas profundamente revolucionarias, por ejemplo «There Is a War», del álbum *New Skin For The Old Ceremony* (1974). Cada verso transmite un profundo desprecio por la tibieza política de la

que somos presa: «Hay una guerra entre los ricos y los pobres/ una guerra entre los hombres y las mujeres/ hay una guerra entre quienes dicen que hay una guerra y quienes dicen que no la hay/ ¿Por qué no te vuelves a la guerra, te metes a fondo?/ ¿Por qué no vuelves a la guerra? Acaba de empezar/ (...) ¿Por qué no vuelves a la guerra? No seas un turista/ ¿Por qué no vuelves a la guerra? Antes de que nos haga daño/ ¿Por qué no vuelves a la guerra? Pongámonos todos nerviosos». Poco a poco, tras el chaparrón derechista de los ochenta, su discurso cambia de manera sutil pero inequívoca, por ejemplo en su clásico «Everybody Knows», un viraje hacia el nihilismo *cool*: «Todo el mundo sabe que los dados están trucados/ todo el mundo promete con los dedos cruzados/ todo el mundo sabe que la guerra terminó/ todo el mundo sabe que los buenos perdieron/ todo el mundo sabe que la pelea estaba amañada/ los pobres se mantienen pobres, los ricos se hacen más ricos/ así es como funciona, todo el mundo lo sabe». Aquí Cohen, básicamente, está reforzando el discurso del sistema y negando la posibilidad de cambio político. Se trata de algo muy típico de las viejas glorias de la contracultura *rock*, que ahora pasan por «lúcidos» por haberse entregado a los valores dominantes. En los últimos años, Dylan anuncia *Women's Secret* y *General Motors*, en un *spot* lleno de clichés racistas; los Stones hicieron una gira financiada por la marca de hipotecas basura *Ameriquest* y Keith Richards escribió personalmente a Tony Blair animándole a bombardear Oriente Medio como retribución por los atentados terroristas.

Mientras tanto, R.E.M., Arcade Fire y The National, entre muchos otros, apoyan con entusiasmo al presidente Obama en su reelección en 2012, tras haber rescatado a Wall Street, mantenido abierto el centro de torturas de Guantánamo y alimentado con dinero público la tradicional política imperialista de Estados Unidos. «Después de los atentados en Nueva York, que afectaron al estudio de Sonic Youth, a solo unas calles de la zona cero, Thurston Moore (guitarra del grupo) empezó a remitir a su círculo en Internet artículos que pensaba eran de interés para quien quisiera comprender lo sucedido. El primero, firmado por un profesor universitario, proponía un devastador repaso a la intervención exterior de Estados Unidos desde el final de la Segunda Guerra Mundial, incluyendo Vietnam, Chile, Nicaragua, Irán, etcétera. Le siguieron otros de la ensayista Susan Sontag y del director de cine Michael Moore, hasta que un último mensaje daba por finalizada la remesa. Al parecer, algunas voces de la escena *rock* alternativa no veían con buenos ojos aquel cuestionamiento de las esencias patrióticas humilladas por el terrorismo islámico y Moore decidió cortar el flujo de textos». Esa es la involución del *underground* yanqui: desde el antimilitarismo de los años *hippies* hasta el patriotismo más ramplón. En el fondo, hace años que me parece evidente que las estrellas del *rock indie*-alternativo-molón cumplen una función publicitaria parecida respecto al Partido Demócrata que la que desarrollaron Víctor Manuel, Ana Belén y Joan Manuel Serrat respecto a nuestro rancio, decepcionante y autoritario PSOE.

Una herramienta clásica de la crítica cultural es la comparación. Echando la vista atrás resulta alucinante la cantidad de superventas pop de los años setenta que se dedicaban a insultar a las élites sin dejar de sonar en las radiofórmulas. Pienso ahora en el Serrat de «Aquella muchacha típica», donde insultaba abiertamente a los pijos de Madrid y Barcelona, ya fuera por

el postureo solidario en los palcos del Teatro Real o por la obsesión de las jóvenes de clase alta catalana por casarse con un apellido ilustre tipo Samaranch (a quién cita por el apellido). Por supuesto, Víctor Jara arremetió contra la clase alta de su país con tanta fuerza como elegancia. Seguramente sea el cantautor que más canciones políticamente desarmantes ha publicado: la trilogía «Te recuerdo Amanda», «Las casitas de los barrios altos» y «El derecho de vivir en paz» suenan hoy como el tridente más letal en la historia de la música popular politizada. Otros menos conocidos o prestigiosos también se apuntaron al desprecio por la clase alta, caso de «Dama Dama» (Cecilia), «Ecos de Sociedad» (José Luis Perales), «La cara del que sabe» (Amancio Prada), «Plástico» (Rubén Blades) y otra vez «Ecos de sociedad» (esta vez compuesta por Pablo Guerrero). ¿Quién ejerce ese papel ahora? Pues otro grupo distinto de músicos, pero ni de lejos tan famosos como los citados, en parte porque ahora hay más competencia y en parte por la tremenda mala prensa que acarrea hacer «canción comprometida» (mala prensa, censura y represión policial, que se lo pregunten a Sociedad Alcohólica, por ejemplo). En realidad, quienes se están dedicando a ello con especial intensidad han firmado los mejores álbumes de su carrera. Pienso en los casos de *Resituación* (Nacho Vegas), *La Llamada* (Ismael Serrano), *La Estankera de Vallekas* (Los Chikos del Maíz), *Esclavos del Siglo XXI* (Gatillazo) y los dos últimos álbumes de La Casa Azul (que pueden no parecer militantes, pero lo son de manera muy clara cuando descubres un par de claves). Dicho esto, nunca hay que olvidar que hablamos de excepciones más que de reglas. La mayoría del pop-rock español suele ser mustio, narcisista, previsible, conformista y autorreferencial.

Este proceso de gentrificación y vaciamiento se ve muy claramente en la trayectoria del flamenco. Es una mutación que ha explicado de manera contundente el periodista Alfredo Grimaldos: «Una determinada forma de flamenco está acabando. Ya no salen cantaores de ese corte, la sociedad es otra; el patio de vecinos donde vivía la Piriñaca y nació el Terremoto, el Tabanco donde cantaba el Sordera, eso ya no existe. Ahora hay cantaores globales, como Miguel Poveda, que ha aprendido a cantar escuchando discos y que lo canta todo bien, a un nivel profesional, pero sin sabor ni pellizco: las alegrías no saben a Cádiz, las bulerías no saben a Jerez. El flamenco vinculado a las raíces sociales va desapareciendo, como desaparece el lince ibérico o los bolcheviques», explicaba en 2011 al periódico *Diagonal*. La televisión, la industria musical y el individualismo han forzado una transformación el sentido de este arte. «Incluso los jovencitos que salen de Jerez y dan cuatro voces medio bien dadas ya no quieren ser Mairena, quieren ser Michael Jackson, es decir: ganar dinero con veinte años; y eso se gana en el mundo del pop y del rock, donde el público es poco exigente». Confirma estas impresiones Ricardo Pachón, figura clave de la popularización del flamenco en los años setenta: «Ya no sabes qué decir cuando vienen extranjeros a Sevilla, recomendados por amigos, buscando flamenco que no sea espectáculo o tablao. Quieren presenciar la antigua celebración, que cada vez es más difícil encontrar. Han cambiado los sistemas de vida y ya no quedan barrios gitanos unidos como era la cava de Triana ni poblaciones gitanas compactas en pueblos como Utrera o Lebrija. Cuesta mucho acceder a ese tipo de fiesta íntima y real», explicaba a *El Confidencial* en 2013. Las estructuras culturales del Estado no solo no ayudan, sino que más bien estorban: «Las instituciones tienen un enfoque cien por

cien racista con el flamenco. Se está potenciando una intelectualidad donde crecen antropólogos como champiñones. Se hacen masters de flamenco donde sales sabiendo mucha historia, pero no te enseñan a hacer palmas por bulerías, ni sabes la métrica del flamenco, ni distinguir la soleá de la seguiriya. El flamenco tiene una métrica complicada, que combina ritmos binarios con ternarios. No es una música masiva porque es difícil de escuchar. Si ha quedado en arte de minorías es precisamente por eso. Esas dificultades del flamenco se están obviando ahora para dar cancha a los flamenquitos en las radiofórmulas. Cada año es más complicado encontrar flamenco bueno». ¿Un dato revelador? El primer Congreso Internacional del Flamenco, organizado por la Consejería de la Junta de Andalucía en 2011, tenía ochenta asesores y ninguno era gitano.

Pero, bueno, también se han ganado batallas: ¿cuál fue la mayor revolución musical del siglo XX? No tiene que ver con los Sex Pistols, ni con Violeta Parra, ni por supuesto con la *Velvet Underground*. Los artistas no son especialmente fiables a la hora de guiar revoluciones. Así lo expone el veterano escritor y activista Tariq Ali: «No describiría a John Lennon como alguien coherente. Cambiaba de postura, que es lo que suele pasar cuando eres una persona famosa que no tiene que rendir cuentas a nadie. Van soltando lo que les apetece en cada momento». El gran salto político adelante llegó con una idea callejera y popular: la cultura del *sound system*. Comenzó en Jamaica en los años cincuenta y desde entonces hasta ahora ha alumbrado la mayoría de innovaciones de la música popular contemporánea: *hip-hop*, *acid*, *techno*, *house*, *jungle*, *drum & bass*, sonideros mexicanos, picós de Colombia... ¿Dónde está su aportación? Primero, en que es ajena a la idea de artista como «genio creador», tal y cómo se concibe desde el Romanticismo. Aquí se trata simplemente de sacar unos bafles enormes a la calle y poner la diversión al alcance de quienes no tienen dinero para acudir a una discoteca normal. Sus pioneros fueron simples técnicos, especialistas en aparatos electrónicos, que conectaron dos platos a unos altavoces gigantes para que la gente de barrio pudiese generar sus propias estructuras de diversión. Segunda potencia política: estamos ante una reivindicación del uso del espacio público, que funcionó especialmente bien en el Tercer Mundo, ya que allí el suelo de los guetos y ciudades miseria no tiene apenas valor inmobiliario y por eso hay libertad para que los vecinos lo usen como mejor les parezca. Prueben ustedes a hacer lo mismo en el centro de Madrid, París o Barcelona y verán que pronto aparece la policía parar requisar el material y acompañarles a comisaría. De hecho, a finales de los ochenta y durante el cambio de siglo se libró en Inglaterra una batalla monumental entre *Scotland Yard* y los organizadores de *raves*, básicamente fiestas espontáneas, baratas y populares, donde encontraban refugio todos aquellos que querían evitar o no se podían permitir los altos precios, código de vestimenta y repertorio pijo-pop de las discotecas convencionales. La sustancia política de estas celebraciones no radica especialmente en la sofisticación de la música, que lo era y mucho, sino en el hecho de que se crea vínculo social cuando los jóvenes implicados tienen que escoger y gestionar en qué espacio montar la fiesta, hidratar y dar de comer a los asistentes, conseguir suministro eléctrico y manejar una posible aparición de la policía. El movimiento *rave* o *free party* supo convertir zonas devastadas por la desindustrialización en lugares vivos, llenos de relaciones humanas, además de usar la ac-



ción directa para reivindicar el derecho popular al espacio público, caso del colectivo británico *Reclaim The Streets*.

La criminalización del movimiento llegó incluso al parlamento de su Majestad. A partir de 1991 se produjo una segunda oleada de *raves* que llegó de la mano de los *travellers*, un colectivo nómada que viajaba por todo el Reino Unido haciendo festivales en tierras ocupadas y que ya había provocado una respuesta represiva del gobierno en los disturbios de Beanfield de 1985. La alianza de *travellers* y *ravers* produjo las mayores fiestas ilegales que se hayan visto jamás en ningún país. En esta segunda oleada de *raves* el elemento de confrontación política y la reflexión sobre el significado de las *raves* ilegales era mucho más visible que en el segundo verano del amor de 1988 (llamado así por su conexiones estéticas y políticas con el ascenso hippie en el primer verano del amor de 1968). Como decía un panfleto de la época refiriéndose al término *free parties*, «libres de las restricciones de los clubes que te roban, de los *pubs* de mierda, de los subnormales de seguridad y de los promotores enloquecidos por el dinero». Algunos colectivos como *Spiral Tribe* estaban especializados en organizar fiestas interminables en lugares particularmente prohibidos por las autoridades. Por ejemplo, se atrevieron con la ocupación de los mismos terrenos donde se habían producido en 1985 los disturbios de Beanfield. La culminación de este periodo se produjo con la *rave* de Castlemorton Common en mayo de 1992. A esta fiesta, que duró una semana, acudieron 40.000 personas. En el período que siguió a Castlemorton se sucedieron las intervenciones de la policía, en algunos casos ultraviolentas, contra las fiestas ilegales y sus organizadores, especialmente contra *Spiral Tribe*. A finales de 1992 se proclama la *Criminal Justice Bill* que castigaba con mucha dureza las fiestas ilegales y utilizaba los términos *rave* y «música repetitiva».

No hablamos de una corriente anecdótica. En los últimos treinta años la cultura del *sound system* ha sido dominante en el llamado Tercer Mundo, bajo diferentes mutaciones y subestilos como la cumbia villera (Argentina), tribal guarachero (México), *kuduro* (Angola), reguetón (Caribe), *coupé-décalé* (Costa de Marfil), tuki (Venezuela) y *funk* de las favelas (Brasil), así como la fiebre de la cumbia digital en toda América Latina. Los barrios pobres del Primer Mundo también han creado sus propios estilos como el *trap*, *moombathon*, *bounce*, *Baltimore club*, *grime*, etcétera. Mientras se producía esta oleada de innovaciónailable en los sectores populares, las estructuras de la industria musical aplicaban un sistema de lo más maquiavélico para apropiársela y domesticarla. Se trataba de mandar músicos blancos, provistos de ordenador portátil, nacionalidad británica o estadounidense y gran sentido del negocio para hacer caja con las innovaciones musicales y adaptarlas a las necesidades de las revistas *fashion* y de las grandes divas pop (básicamente, poner el acento en el tono festivo y eliminar cualquier tipo de reivindicación sociopolítica). Así es como estrellas de la producción como Diplo se especializaron en investigar o saquear estos sonidos para crear nuevas estrellas (la talentosa MIA) o hacer la respiración artificial al discurso agonizante de mitos globales como Madonna, Shakira o Beyoncé. Se supone que Internet tiene un efecto igualador, ya que un adolescente de las favelas de Rio, al disponer de un ordenador en casa, tiene las mismas



herramientas a su alcance que un estudiante de una exclusiva *high school* de Boston. En la cruda realidad, el segundo encara un camino mucho más sencillo, ya que le quedan muy cerca los resortes de los medios de comunicación, es dueño de un pasaporte para moverse por el mundo y dispone de dinero para aviones y hoteles. Lo que trato de decir es una obviedad que demasiadas veces se pasa por alto: siguen existiendo fuertes barreras de raza y clase en la estructuras de la industria cultural. No es ninguna casualidad que la mayoría de estilos punteros de la músicaailable se inventaran en barrios negros y latinos (*techno* en Detroit, *house* en Chicago, *UK garage* en el Reino Unido...) mientras que en la lista de los cien *disc-jockeys* mejor pagados de la revista *Forbes* más del 85 por ciento sean blancos y procedentes de ambientes de clase media.

Uno de los estilos más eficazmente políticos del siglo XX ha sido el *hip-hop*. Inventado en Nueva York, partiendo de los hallazgos jamaicanos, su carga revolucionaria se basa en que es accesible para casi cualquier ser humano del planeta. Basta tener dinero para comprar un micrófono y una caja de ritmos (o, en los viejos tiempos, un par de tocadiscos). Por eso, con extremada rapidez, se convirtió en «la CNN de la comunidad negra», la forma de contestar a los medios de la demonización por parte de los medios de los habitantes de los guetos de Estados Unidos, que retrataban a todos los hombres negros como criminales puestos de *crack* hasta las cejas y a las mujeres como zorras malhabladas o madres solteras derrochando las ayudas sociales en televisores de plasma en vez de dar ropa y comida para sus hijos. Ahora mismo, el *rap* se ha convertido en potente y confiable herramienta de democracia y comunicación musical. Puedes teclear en *Google* el nombre de cualquier «ciudad miseria» del mundo junto a la palabra *hip-hop* y lo más probable es que acabes encontrando una crónica en primera persona de los problemas del barrio. Podrá resultar más o menos precisa, pero casi siempre es más realista que lo que nos quieren vender los telediarios. Prueben con «El Mundo del Revés» (FA) para conocer Fuerte Apache en Buenos Aires, «Ciudad Bolívar» de Crack Family para la zona más dura de Bogotá o «Las Minas» de Apache para conocer uno de los barrios más hostiles de Caracas. Ahora que Francia pasa uno de sus peores momentos, hay que recordar como el *hip-hop* ha ofrecido la mayoría de la información fiable sobre la vida en las *banlieues*, los barrios periféricos del país vecino. «Assassin y NTM en París y IAM en Marsella son los tres grupos que han definido el carácter del *hip hop* francés. Ellos y no Rimbaud ni los profesores de literatura, son los responsables de que los adolescentes de la *banlieue* pasen sus días en busca de la metáfora perfecta. A estos tres grupos les han salido retoños por todas partes que han continuado trabajando en su línea musical y política, como Fonky Family y Psy 4 de la Rime en Marsella o Disiz la Peste en París. El mérito enorme de estos grupos consiste en haber sabido tomar de la cultura *hip-hop* americana aquellos elementos que pueden trasladarse a la situación francesa y moldearlos hasta hacerlos propiedad de los chavales de los barrios. (...) El *hip-hop* ha conquistado a la juventud de Francia y ha obligado a muchos a escuchar (aunque sólo sea porque sus hijos lo están tarareando todo el día) lo que de ninguna manera querían oír: que los chicos de la *banlieue* no están dispuestos a aceptar su papel de víctimas pasivas. Probablemente, lo último que se les pasaba por la cabeza a los primeros que agarraron el micro para contar su vida, fue

que se iban a ver forzados por las circunstancias a suplir el vacío político que había dejado en los barrios la huida de la izquierda hacia posiciones más cómodas y bien pagadas de la política parlamentaria», explica de nuevo el sociólogo Isidro López.

Acabamos con un par de ejemplos de lo mal que entendemos la relación entre música y política. ¿Cuál es el género que percibimos como más despolitizado en la historia de la música popular? Probablemente el disco, que ha pasado a la historia como sinónimo de horterada y frivolidad. No podía ser una imagen más injusta, como explica el crítico Peter Shapiro: «Nile Rodgers, del grupo Chic, describe el disco como una celebración de las victorias de los años sesenta y setenta. Se refiere a la liberación sexual, el fin de la segregación racial o la retirada de Vietnam por la presión popular. La música disco es tan política como el *punk*. En realidad, comparten muchas cosas: por ejemplo, rebelarse contra la grandilocuencia del *rock*. O usar los avances tecnológicos de la época de manera antielitista. Muchos iconos *punk* acabaron encajando en la pista de baile. Mira John Lydon (Sex Pistols) con P.I.L. o la reconversión de Joy División a New Order». Analicemos el caso contrario: ¿qué percibimos como el estilo más políticamente salvaje y comprometido de la música reciente? Seguramente el Rock Radical Vasco, que mantuvo vivo el discurso igualitario en los reaccionarios años ochenta y noventa. En realidad, más que algo que celebrar, fue la constatación de una derrota. «El RRV se pensó a sí mismo como el hilo musical de la revolución pero fue más bien el ruido de fondo de la desmovilización. Fue ultrapolítico en el momento en el que comenzaba el derrumbe de los movimientos de izquierda (...) Abordó, a menudo con más rabia que inteligencia, asuntos de los que nadie hablaba: el plan ZEN, el nacionalismo español, el consumismo, la degradación de los barrios obreros, la violencia policial, el sexismo... La consecuencia fue una exclusión sistemática del RRV de los medios de comunicación. Grupos que vendían cientos de miles de discos eran completamente invisibles en las televisiones, radios y periódicos. Pero, por otro lado, pronto se convirtió en un discurso musical conformista con importantes aspectos consensuales. Los bilbaínos Doctor Deseo lo resumieron muy bien ya en 1985: 'El RRV no es lo que era, se ha convertido en una institución, parece algo sagrado que no se puede mover. Además, en realidad son muy poco radicales, musical y estéticamente son muy conservadores, y sus letras son relativamente radicales, amén del panfleto. Hay tres temas fundamentales: meterse con los modernos, contra la iglesia y contra la policía. Si se nombra la palabra 'maderos' es éxito seguro en Euskadi'». No existen estilos musicales apolíticos y no políticos en abstracto, sino que todos dependen del contexto social, la posición concreta del artista y los matices históricos.

Dicho esto, hay algo sospechoso en el entusiasmo con el que el sistema promociona escenas como el *indie* o La Movida. ¿Por qué ambos fueron puestos en primera línea del escaparate mediático, desde Radio 3 a las secciones de cultura de los medios masivos, pasando por los principales programas musicales de la televisión? La dinámica se entiende mejor a la luz de este párrafo del sociólogo antillano Stuart Hall, uno de los padres fundadores de los estudios culturales: «La Cultura Juvenil, en singular y en mayúscula, privilegia ciertas interpretaciones ideológicas: por ejemplo, que la edad y la generación son lo más importante, o que

la cultura juvenil está «incipientemente desclasada» o, incluso, que la juventud en sí misma se ha vuelto una clase. Por consiguiente, se identifica exclusivamente la «cultura juvenil» con su aspecto más espectacular: música, estilos, consumo de ocio... A la clase dominante le interesa apoyar ciertas escenas como disolvente de los conflictos sociales, en vez de las distintas subculturas que la cuestionan políticamente». Durante muchos años, aquí existió una especie de *apartheid* cultural por el que la música favorita de los pobres era condenada al penoso circuito de las casetes de gasolinera. Igualmente discriminatorio es el trato despectivo que se dio en los ochenta a la popular y obrera «ruta del *bakalao*», tan innovadora o más que la pija Ibiza, hoy convertida en parque temático de la industrialización del placer, al estilo «Un mundo feliz» (y poseída en gran parte por la familia Matutes, uno de los grandes clanes de la derecha española). «En realidad, lo que pasó en Valencia en los años ochenta fue una democratización del ocio nocturno. Antes era patrimonio exclusivo de la burguesía, un espacio pensado para que los hombres pudieran estar con mujeres distintas de la legítima», explica Vicente Pizcueta, licenciado en Filosofía y promotor de ocio nocturno, que vivió a fondo esos años. Por decirlo en una frase: el sistema promociona la música con la que se siente más cómodo.

Tomamos la definición de Stuart Hall de la contracultura como un conjunto de subculturas que rompen con el marco social del que surgen, sea la cultura dominante o la paternal. Digamos que ingresa en una subcultura la hija de familia obrera de Londres que en 1977 se niega a trabajar en la cadena de montaje y decide vivir en una casa ocupada, escucha contrainformación en una radio libre comunitaria y acude por la noche a conciertos *punk* donde se atacan las políticas antisociales de Margaret Thatcher. Actualmente, en cambio, no existen apenas subculturas que rompan con el sistema, sino que más bien proponen una versión turbo de los valores del capitalismo actual. ¿No sería el sueño húmedo de todo directivo de *marketing* encontrar una tribu urbana que defendiera de manera militante los valores de la distinción y el consumismo? ¿Unos individuos cuya máxima aspiración fuera que su vida transcurriese como un anuncio de *Vans* o de *Estrella Damm*? ¿Alguien bastante parecido a la mayoría de nosotros? Quizá es tiempo de repensar nuestra relación con la música, la política y los lazos sociales.